

美術と大衆文化

—ポップ・アートをめぐる覚書—

はじめに

I 大衆社会と美術

II キッチュと人工的環境

III キャンプとサブ・カルチュア

IV ハイ・カルチュアからロウ・カルチュアへ

V 大衆文化の図像

石崎浩一郎

はじめに

ここでは、一九五〇年代後半から六〇年代にかけて、欧米や日本を含む自由主義諸国間で活発化した特定の芸術活動を論じることを目的としている。芸術活動としてのポップ・アートは、強力な理論的指導者も持たず、多分に自然発生的な要素をはらんでいたとしても、ひとつの纏まりのある活動として一九六〇年代を中心に大きなうねりをみせ、過去の前衛芸術運動と同様、社会現象として吸収と拡散の道程を辿って行った。発生から三〇年以上の歳月を経た今日、それは――かつてのキュビズムやシュルレアリスムがそうだったように――美術史の一頁に過去の一時期に誕生したスタイルのひとつとして、位置づけられているかにみえる。しかし、こうした表面的な事実は、かならずしもポップ・アートが提起した問題が過去のものとなったことを意味しない。依然としてこの運動は「近い過去」に属しており、関わりを持った美術家たちの多くは現存して創作を続けている。作家活動が未完の部分を残しているという意味で現在進行形というばかりでなく、その後の活動にあたえた影響の解明という点でも、終わりを告げていないのである。

ポップ・アートはその発生の当初から、多くの批評家や芸術愛好家にとって、「歓迎されざる客」であった。この名称については、すでに定着して国際的に拡大しはじめれた時期ですら、英国の美術評論家は「美術界には、こうした通俗的な語句が、芸術の歴史に位置を占めることには、根強い抵抗がある⁽¹⁾」と記さなければならなかった。モダニズムの歴史が制度化されたイコノクラスムの歴史であり、既存の芸術の破壊と新しいアイコンの呈示による交替劇だったとすれば、前衛芸術の台頭とそれにとまなう美術界の拒絶反応もすでに繰り返されて来たルーティンの

ひとつといえるかもしれない。しかし、活動が隆盛期を過ぎた一九六〇年代末でさえ、米国のある批評家は「ポップ・アートの主題全般については、いまだに反対論がある」と指摘して、つぎのようにつけ加えた。「ある種の批評家は、いまだにそれを真剣な論議の対象と考えようとはしないし、一般大衆の多くは一種の冗談とみなしている」⁽²⁾

ポップ・アートの名称そのものが軽薄であり、作品の外観が卑俗に映るという事実から生じたこうした無視と非難は、その作品の多くが美術館に収まった現在でも拭いがたく残されている。かつて、モダン・アートの作品が高踏的で難解に過ぎるという理由で敬遠した観客は、この活動に限っては、逆に卑俗に過ぎるという理由で疎んじているのである。その半面では、今日、私達は「ポップな」「キッチンな」という形容詞を美術用語を越えて日常のなかで気軽に使っているし、「サブ・カルチュア」「ハプニング」「アンダーグラウンド」等のジャーナリズム用語が、この活動と強く関連して派生してきたことを知っている。しかし、ポップ・アートそのものは過去の芸術活動を批判しつつ継承するという前衛芸術運動のダイナミクスを孕みながら誕生し、また、その後の活動にとっても数多くの芽を胚胎していた。ここで、ポップ・アートが、六〇年代後半から七〇年代初頭にかけて繰り広げられたモダニズムの連続的展開、ミニマリズム、概念芸術、ランド・アート、等がそのなかに含まれるだろうーにとつて、重要な基盤を提供しているという事実を改めて確認し、社会風俗として拡がった派手な装いを剥ぎ取って、再検証しておくことも無駄ではないだろう。

この芸術活動の擁護者だった批評家のローレンス・アロウエイですら「ポップ・アートの成功を批評家の貢献ということはできない。むしろ反対に、一九五〇年代から六〇年代を通じて、美術批評家達はそれに敵対していた」⁽³⁾

と回想している。確かに運動は多分に自然発生的だったし、前衛芸術運動として格別のマニフェストも綱領も持つことはなく、美術界や批評家の評価はすでに拡大しつつある現象の追認という傾向が強かった。これに反して、おなじ時期、モダニズムの連続的展開を純粹に視覚的側面に限定して、美術作品に固有の条件と可能性を追求しようとした、フォーマリズムの批評があった。それは近代絵画の流れに一貫した法則を見出だすことで創造の前提条件を提供したが、視覚芸術の枠内で、絵画のなからあらゆるイリュージョンや文学性を厳密に排除しようとした批評にとっても、ポップ・アートが持つ饒舌なイメージは、必ずしも扱いやすい対象ではなかった。よく知られたクレメント・グリーンバーグの論文「モダニストの絵画」⁽⁴⁾は、モダニズムの源泉を近代哲学によって強化された自己批判の能力と同一のものとし、絵画そのものが内包する自己批判によって、他の媒体が持つ性格のすべてを排除して、究極的には絵画それ自体に固有の特質である平面の二次元性にむかう道程として再組織しようとした。そこでは、芸術の自立性、絵画の自己限定性、視覚的な純粹性が強調され、抽象絵画にも奥行きのある知覚を排除する厳格さによって方向づけられていた。確かにそれはモダニズムの発展の一面を定式化することで、その後の展開にある生産性を持ったとしても、六〇年代末には——比喩的にいえば、単色の表面だけを強調する絵画によって——すでにその純化のプロセスが限界に達する帰結を迎えていた。その結果、七〇年代を通じて「芸術のための芸術」がマンネリズムの袋小路に追い込まれ、次第に自閉的色彩を深めていったことも否定できない。

反動は、一九八〇年代になって明確なかたちを取りはじめた。最近の十年間にみられる顕著な特徴は、現代美術が強い極限に達した禁欲主義に対する反乱であり、その結果として生まれた多分に復古的傾向を含む豊饒なイメージの復権であり、そして、なによりも、戦後におけるモダニズムの自律的展開の終焉であった。それは、同時

に、美術の多様な展開のなかで、「新しさ」という神話が消えたことも意味している。もっとも、ポスト・モダンという名称で一括される現代美術の状況は、別の側面からみれば、新しさの消滅と多様性の肯定という括弧つきの条件のなかで、いわば二重化されたかたちでの、世代としての「新しさ」をも主張してもいるのである。そして、この二重化された新しさは、ときとして、過去の前衛芸術からの遺産をも巧みに隠蔽しつつ継承している。「ネオ・ポップ」や「シュミレーションイズム」といった名称の問題はともかくとしても、広告や商品の記号的なレトリック、映像の絵画の領域への浸蝕、引用によるブリコラージュ、量産される物体の使用など、ポップ・アートと共有を感じさせるものは枚挙に暇がない。これらの諸傾向が、その継承か、亜流か、あるいは別のスタイルに向かう萌芽なのかは別としても、すくなくとも、その問題提起と影響がなお衰えていないことを示す証左にはなるにちがいない。いま、なぜ、ポップ・アートなのかという問いは、これらの今日的な問いとも重なり合っているはずなのである。

I 大衆社会と美術

よく知られているように、ポップ・アートの呼称は「ポピュラー・アート」(Popular art)の略称として生まれた。しかも、Popという略称自体は美術用語に転用される以前から、ある種の大衆化された音楽を指して用いられていたのである。一九世紀後半から、Popsはロンドンで流行し、人口に膾炙した曲を演奏するコンサートの名称――米国では世紀末にはじまる「ボストン・ポップス」の定期演奏会がそれにあたる――に使用されて来た。もっとも、今日の言語感覚からいえば、一九二〇年代以降に流行した流行歌や軽音楽、――例えばアーヴィング・

バーリンのヒットしたミュージカル・ナンバー——から、戦後の数多くの人気あるヒットソングやヒット曲までが「ポップ・ミュージック」であり、そして、この略称はジャズ、フォーク、あるいはロックといったジャンルの別を示すというよりは、大衆への普及度と一般化の度合いと関連していた。つまり、時代に応じて、誰もが繰り返し耳にして親しんでいるという理由で、さまざまな範疇の音楽が「ジャズ・ポップス」とか「ポップ・ロック」と呼ばれたのである。そして、この時期から、大衆への普及度という基準からも、「ポップ」という言葉がより広範な人々に音楽を伝達する媒体としてのマス・メディアへの浸透度、つまり放送産業やレコード企業への貢献と結び付いて行ったことが重要だろう。

言い換えれば、ポップという言葉は、それ自身がニュアンスとして大衆文化やマス・メディアを内包して来たとし、事実、ポップ・アートは発生の当初から、これらに対する論議を背景として生まれた。むしろ、この活動は大衆文化ではなく、視覚芸術の領域に属しているにせよ、その基本的態度は、社会のなかに芸術を位置づけようとする一般的な通念として、既に芸術の制度を越えていた。絵画の枠組みの内部でその形式的、視覚的側面に問題を限定しようとする審美的態度に対して、ポップ・アートは、「芸術のための芸術」が宿命的に従属する作品の自己完結性を排除して、生活空間のなかで平凡人の感覚を基軸に据え、美術作品の上に現実と日常性を置くという倫理的要求を掲げて登場したという点で、「生活のための芸術」という逆方向の指標を持っていた。したがって、この芸術活動を論じることは、絵画、彫刻といった視覚芸術の体制という枠組みを越えて、今日のイメージ文化を幅広くとらえ直して考察する機会をあたえるだろう。ここでは、問題の幅を拡げて、今世紀の美術を取り巻いて来た文化現象——大衆文化と視覚芸術の相互関係について若干触れておくことにしたい。ここで、「文化現象」と述べたの

は、「大衆文化」という問題が、既に芸術や美術の領域を越えており、しかも今世紀の美術にたえず影響をあたえ、また、それをたえず規定し続けている独特の文化的風土を形成しているからである。また、同時にそれは、第二次大戦後、急速に成長・拡大し、膨張を続けながら、現代人の日常生活の隅々までを規定するようになったきわめて現実的、生活的側面をふくんでいる。

ここで、問題を大衆文化に限って言えば、それでは、「大衆」(Mass)とはなにか。また、それがつくり出す「文化」とは、どのような性格を持つものだろうか。この問いに対する答えは、政治的・社会的な多様な局面を含んでいて、単純ではないだろう。ここではさしあたって仮に、大衆文化そのものは一九世紀にはじまり、とりわけ今世紀に入って顕著な特徴をあらわしはじめたある種の文化形態を指しているだけ、述べておくほかはない。

一九世紀を通じて、ポオやニーチェによって予感され、さらに二〇世紀に入って、オルテガやカネッティをはじめ、多くの思索家達の記述と分析の対象となる「人々の群れ」が歴史の地平線上に姿をあらわす。いわゆる「大衆」の登場である。たとえば、オルテガがこの言葉を使用した背景には、近代都市のなかに密集し充滿しはじめた群衆の姿という実感があつた。だが、やがてこの群衆という量的概念は、大衆という質的概念に転化して行く。すなわち、古くからの教養人は、みずからにたえず自己完成の努力を課そうとしている人々である。これに対して、新しく登場した圧倒的多数の「大衆」とは、これらの努力を欠いた平均的・没個性的で、匿名の集団にほかならない。芸術についても、大衆はその創造的局面を無視し続ける、とかれはいう。今世紀の初頭から、ピカソやブラック等のキュビズムが登場し、抽象絵画の影響が人々に絵画を難解なものと感じさせていた頃、オルテガはつぎのように述べた。「社会的階層から見た現代美術は、それが公衆を二つに分離してしまったという点にある。すなわ

ち、現代美術を理解するものではないものの二つである」こうした記述の背後には、近代社会が次第に創造性を持つ少数者と、巨大に膨張して行く平均人の群れである大衆に分裂して行くという危機意識があった。「社会というものは、つねに少数者と大衆という二つの要素からなるダイナミックな集合体である。少数者とは特別な資質を備えた個人、もしくは個人の集合体であり、大衆とは特別な資質を備えない人々の総合体である。」⁽⁵⁾

もっとも、こうして――多分に観念的ではあるが――描き出された大衆が、彼等自身の文化を持たなかったわけではない。奇妙なことに、現在、私達が「芸術」という言葉で思い描くような一般通念が形成された一九世紀後半は、同時に幅広い芸術の大衆化と情報化社会の芽生えがかたちづくられた時代でもあった。この時期、成熟した市民社会のなかに教養主義が根つき、市民が絵画を鑑賞し、音楽会に通う習慣が広く認められるようになるばかりではない。石版画にはじまる複製技術の改良は量産されるポスターが登場して、都市の景観を彩りはじめる。外界を記録する手段として、絵画に対する写真の優位が確立し、世紀末に写真の複製技術が可能になると、新聞、雑誌のなかに大量の映像が使用されて街路や家庭に溢れるようになる。そして、さらに世紀の変わり目に商業化の道を歩みはじめる映画の登場。――美術がミメシスという古来からの機能を放棄し芸術が自立性を主張して抽象化への道を通りはじめた今世紀初頭を境として、映像をはじめとするイメージは、機械文明による大量の再生・増殖の過程を経ながら、新しく歴史に登場した大衆に安価で広範に提供されるようになった。

このような背景の下に、かつての「市民」(Citizen)「一般庶民」(Common People)は、「大衆」(Mass)という言葉に席を譲った。こうして「大衆社会」そのものは、一九世紀に端を発し、今世紀に入って顕著な徴候を現しはじめた新しい社会にはちがいないが、政治的、経済的体制とはかわりはない。その意味で、資本主義や社

会主義、あるいは民族主義とも直接的には無関係だろう。大衆社会とは、近代社会の成熟にしたがって生まれたいくつかの要因、――機械文明の発達が生み出した大量生産による消費形態、マス・メディアによる大量伝播、都市への人口集中と環境の急速な人口化――などが重なり合って成立した特殊な社会状況を指している。これまで、私達が「芸術」と呼んでいた美術作品が、基本的に個人の手仕事による一品生産だったとすれば、このような社会状況は、質的にも量的にもまったく異なった文化を生み出す。ここでいう「大衆文化」とは、企業や組織的集団によって生み出され、機械的プロセスを通じて不特定な大衆にばらまかれる量産品や大量伝達によるイメージを基盤とした文化を意味しているのである。

このような機械的プロセスによる生産は、個人の手仕事による作品を、存在の直接性から切り離して、間接的なメディアによる複製文化を生み落とす。こうして、大量にばらまかれる複製が、芸術の普及と大衆化に貢献してきたことも確かである。それでも、たとえ「大衆はすべての既存の物の複製を受け入れることによってその一回かぎりの性格を克服する傾向が存在する」⁽⁶⁾としても、ベンヤミンがアウラと名づけた本物の作品そのものにまつわる特殊な現存の感覚はいまでも有効だろう。どのように精巧な絵画の複製も、そこから欠け落ちているのはしばしば尺度の感覚であり、表面の材質感であり、作品につきまとう固有の雰囲気であり、「いま」「ここ」にしかないという存在の場に結びついた一回性である。つづめていえば、複製がオリジナルに対するコピーに過ぎず、美術鑑賞の代替物として、二義的なものであることに変わりはないのである。もっとも、ここでは大衆文化という言葉が通俗の代名詞として語られて来たことにも留意しておかなければならない。それは複製による芸術の代替物ばかりでなく、また、モダン・デザインの国際主義がもたらす洗練とは無縁なもの、つまり複製文化が幅広く社会の底辺を巻

き込むことによって成立して来たという事実である。その意味では、大衆文化が、際立って資本主義社会と民主主義の産物であることも確かだろう。自由競争による商業主義の貪婪な欲望の論理では不特定多数の嗜好に一致することが望まれるし、それがしばしば低俗な趣味として語られて来たもの、漫画や劇画、娯楽映画やテレビ番組であれ、広く一般大衆への迎合によって、あらゆる息抜きとエンターテイメントを提供し続けているからである。

大胆に図式化していえば、今世紀を通じて、文化は二つの方向に向かって分極化の道を辿って来たということもできる。オルテガのいう「現代芸術を理解する少数者」と「理解しようとしないう大衆」の分裂は、ニュアンスの相違こそあれ、今日、さまざまな言葉で呼ばれている二つの文化の分裂―「純粹美術と大衆文化」「高級文化と通俗文化」「個人主義的文化と集団主義的文化」の分裂の原型となるものといえることができるだろう。

II キッチュと人工的環境

第二次大戦後の技術革新にともなって、大衆文化が飛躍的にその領域を拡大し、マス・メディアのイメージが巷に氾濫するにしたがって、複製芸術に対する論議も活発化した。主として一九五〇年代を中心に盛んになった大衆文化論に、複製技術をめぐる賛否の両論があったことも当然である。実際に、大衆社会における生活条件の改善が芸術の普及にも貢献してきたことは事実であり、現実には機械による伝達と量産のシステムが避け難いとすれば、問題を積極的にとらえるほうが望ましい。たとえば、アンドレ・マルローが、芸術の大衆化時代に託したある夢―作品収集・展示の場としての公共美術館と共に、「空想の美術館」⁽⁸⁾によって一冊の書物という形式のなかに複製メディアによる時間と空間を超えた芸術観賞の機会を構想したとき、その基本的態度は機械技術と大衆化時代への肯

定性によって支えられていたといつてよい。また、他方では、現代社会に充満しはじめた過剰なイメージの氾濫をめぐって、たえまのない悲観論の大合唱があった。ここでは一例だけを挙げれば、ルイス・マンフォードは、映像や複製によるイメージ飽和社会では、人間はたえざる刺激とその反復によって一種の感覚麻痺に陥る。このような過剰な刺激に対抗するためには、人々がみずから自己抑制の道を選ぶほかはない、として、つぎのように警告した。「複製画をたえず目にするよりも、本当の美術作品を年に一度、ないしは一生に一度、よく見て、よく感じ、真に同化吸収することが望ましい」⁽⁹⁾

「キッチュ」に関する論議が盛んになるのも、一九五〇年代からである。もっとも、この言葉が美術論に登場するのは少なくとも一九三〇年代まで遡ることができるし、用語の定義そのものの変遷が近代社会の変容をよく物語っている。この言葉はまず最初に、政治的な意味合いを込めて、当時、切実な問題を抱えていたドイツで用いられはじめた。知られている限り、キッチュという用語を使った最初の文章はヘルマン・プロッホによって一九三三年に書かれたが、ナチスの抬頭によって筆者自身がアメリカに亡命し、やがて第二次大戦後の一九五〇年に改稿を経て「キッチュの問題についての覚書き」⁽¹⁰⁾として発表された。元来、ドイツ語のキッチュ(Kitchu)は、英語のスケッチ(Sketch)が訛って転化したものといわれる。他に異説がないわけではないが、この言葉が、ドイツを訪れる英米人の観光客が高価で本格的な油彩絵画の代わりに安価なスケッチを買い求めたことに由来するように、当初は「安手の芸術作品」「芸術作品のまがいもの」を意味していた。プロッホにとっては、芸術のまがいものとして「キッチュは模倣の体系」であり、ファッショズムがかつてのロマン主義や耽美主義の原理を政治的宗教の域にまで高め、また、それがあらゆるマス・メディアや量産される製品を通じて過去の美術作品の模倣を政治的手段として

利用しつづけているという意味で、「ヒトラーは、キッチュの熱狂的使徒だ」と断じている。⁽¹²⁾

また、アメリカの美術評論家クレメント・グリーンバーグも一九三九年に最初のキッチュ論を書き、大戦後の評論集で改めて「前衛とキッチュ」⁽¹³⁾として発表したのが、プロッホと同様、多分に政治的色彩の濃いものだった。グリーンバーグは、この論文のなかで、近代社会が生み出した前衛芸術と大衆芸術という二つの文化形態の分裂、一筆者自身の言葉を借りれば「同じ一つの文明がT. S. エリオットの詩とティン・パン横町などで作られる流行歌、ブラックの絵と『サタデー・イブニング・ポスト』のカバー絵といった二つの異なったものを同時に生み出す」という文化現象に触れながら、芸術的創造とキッチュとの関係を論じている。グリーンバーグは、すべてのアカデミズムは歴史的創造性の欠如という意味で通俗であるか、または、通俗物として利用される、と主張する。つまり、現代のアカデミックな絵画こそキッチュなのである。このようなアカデミズムを利用した通俗文化の一例として、かれはソ連の社会主義リアリズムを槍玉にあげる。むろん、農民はあらゆる難解さを我慢してまでピカソを好きになる理由はないし、絵を見たいと思う時にはある種の通俗物、つまり、レーピンのような過去の様式を採用した写実主義的絵画に戻って行く。だが、そこに欠け落ちているのは、歴史的創造の過程とその学習である。言い換えれば、ピカソが「原因」を描くのに対して、レーピンは過去の創造の「結果」を描く。過去の名作はアカデミズムとして公的に容認され、模倣され、大衆的なものとなるが、そこでは前衛の持つ創造的プロセスは無視されて、たえず「前衛が芸術の過程を模倣するなら、キッチュはその結果を模倣する」という原則が支配しつづけることになる。こうして、キッチュという言葉はドイツからイタリアへ、さらに英語圏へと拡がったが、プロッホにあってはファッシズムの脅威、グリーンバーグの場合には冷戦下のソ連におけるスターリニスム批判という政治的現実を反映

し、この言葉はある種の芸術作品——「過去の模倣による低俗な芸術作品」を指していた。しかし、グリーンバークは社会主義リアリズムをキッチュとして攻撃する以前に、一人のアメリカ人として、自国の大衆文化こそ批判の対象とするべきだったろう。なぜなら、自由競争原理によるデモクラシー社会のなかでもマス・メディアのイメージや量産される商品がたえず大衆の嗜好に迎合する指向を持つ限り、商業主義のなかで受け入れられるものは、古典的で、公認された芸術へと偏向するからだ。事実、量産化と反復の原理を通じて、資本主義社会ではアカデミズムは絶えず普遍的に大衆に供給されているし、このような傾向はマスコミの教養主義からあらゆる商業主義の産物にいたるまで、現代人の日常生活のいたるところに遍在する。過去の有名な建築物は、子供にとってはデズニー・ランドや蠟人形館の幻想的な模造品となり、観光旅行では土産物の立体版レプリカや安手の観光絵葉書と化している。また、家庭のなかでは古典的な傑作は絵皿の模様や複製の置物に、よく知られたモダン・アートの作品はタオル地や衣裳の模様パターンとして応用される。と同時に、日頃目にする現代の広告、映画のカット、テレビのCM、などがしばしば伝統的な油彩画をその修辞学の一部として取り込んでいることもよく知られている。そればかりか、西欧社会では、墓碑ですら過去の崇高な宗教的アイコンが容易に模倣されているのだ。つまり、この大衆社会の内側では、文字通り「揺り籠から墓場まで」、安手の「模倣の体系」が量産と反復の原理を通じて作動しているのであり、一九五〇年代から六〇年代にかけて、このような大衆社会の現実を踏まえて、キッチュという言葉はあきらかに変質しはじめる。この言葉はかつて、ある種の低俗な芸術作品を指していた。しかし、「キッチュ」は、現実機能の模造、実体そのものに対する疑似な副産物としてコピー文化、フェイク、シュミレーションを漠然と示すものとなった。それはむしろ芸術に対するものとして、広告、映画、テレビ、雑誌のグラビア写真、漫画、立体

版レプリカ、など、安易な娯楽や量産される模造品までをふくめて、大衆文化が精力的に生産し続ける「通俗物」を含めて用いられるようになったのである。

むろん、一九五〇年代に活性化した美術論のなかで、キッチュについて好意的なものは殆どなかった。「通俗文化・キッチュをめぐる論評」⁽¹⁵⁾のなかで、米国の美術評論家ハロルド・ローゼンバーグは、みせかけのものとして大衆文化論そのものに疑念を表明し、「実際には、通俗について語ることは、よりいっそう通俗であることだ」と反論したうえでつぎのように結論した。「キッチュ（通俗物）を隔離する方法はひとつだけある。それは芸術に忙しく従事することだ。芸術に時間をふさがれた人は、無関心の原理によって保護される」⁽¹⁶⁾第二次大戦後、アメリカ美術を国際的潮流に押上げ、戦前のエコール・ド・パリに代わってニューヨーク派の名称を世界的なものにした抽象表現主義の理論的擁護者として、グリーンバーグと共に、ハロルド・ローゼンバーグが通俗的な文化を嫌悪したのは当然といえる。そればかりか、ハリウッド映画やテレビジョン、ジャズやロック音楽に代表される大衆文化の繁栄のなかで、合衆国における美術が少数派としてしか存在していなかった状況を考えればなおのことである。しかし、ここでは、問題がより具体的に、生活的側面からとらえられていることに注目したい。例えば、大衆文化という漠然とした概念が、大量生産・大量伝達される通俗物を意味するキッチュという「もの」に置き換えられていることもそのひとつである。そして、この「概念」から「もの」への転換は、すくなくとも現代生活の変貌——家庭の内部を満たしている量産品、絶え間なく流れ込んで来るマス・メディアのイメージ群——をより具体的に想起させる。そこでは、現代人を取り囲む環境そのものがキッチュなオブジェによって囲繞されはじめているのだ。そのハロルド・ローゼンバーグも、大衆文化論そのものを拒否しながらも、他方では、つぎのように述べなければなら

なかった。「キッチン」は現代の日常の芸術であり、それは花びんや賛美歌が昔の人たちの日常の芸術であったのと同じことだ。―(中略)―アメリカでは、キッチンは自然界である¹¹⁾

現実の模造品が日常生活を満たしはじめた世界のなかでは、かつてオルテガが主張したような「平均人」として典型化された「大衆」の姿を思い描くことは難しい。というよりは、「大衆」という観念そのものが多分に優越感に裏打ちされた過去の亡霊が妄想の一種に過ぎない。なぜなら、今日、誰もが美術展を鑑賞し、音楽会に通う機会が増え続けているばかりではない。マス・メディアも、絶えず水増しされた芸術をひろく一般に提供し続けている。確かに大衆文化を批判し、キッチンを軽蔑することは、ひとを自働的に芸術の味方だと信じさせる効果を持つかもしれない。しかし、実際には前衛美術の支持者が、連載漫画を楽しんだりテレビの娯楽番組に興じないという理由はない。また、現代音楽の専門家が、ジャズや演歌を聴かないという保障はどこにもないのである。その意味では、今日、誰もが「教養人」であり、また同時に、誰もが「大衆」でもある。ひとりの人間がどの知的・芸術的水準にあるかは芸術鑑賞の頻度によって決定されはしない。だが、増加する美術館やデパートでの展覧会が幅広い観客を対象とし、マスコミが薄められた芸術を撒き散らしている現状では、「大衆」を教養人より低次元な理解力を持った単一な集合体とする考えは色褪せたものとなる。すべての人々がそれぞれの機会に応じて文化の多様な局面を享受するようになったとき、「大衆」という概念は、それ自体が崩壊するか、水増しされたものにならざるをえない。芸術とキッチンの問題は、今日、さまざまな文化の位相のなかに分裂しているし、このような多様化社会のなかではすべてが芸術と通俗文化との間に横たわる幅広いスペクトルを揺れ動く個人の問題に還元されてしまうのである。

言い換えれば、「大衆」という概念から「キッチン」という具体物への移行は、個人の視座が量産される多様な人工物で覆われはじめたという現実に対応している。しかも、芸術とキッチンの関係は、時代を経るにしたがって、後者に向かって大きくその比重を移した。どのような芸術愛好家も、展覧会で実物の作品を眺める以上に、複製を利用し、家庭では美しく装った量産品の恩恵に浴するようになって行く。そればかりか、今日、人々はブーアステインが「間接性の時代」⁽¹⁸⁾と呼んだものの産物——新聞、雑誌、テレビ、等の間接的映像——から視覚的情報を得ているし、しかも、このような情報は意識的努力によって得られるというよりは、拒絶しようとしても周囲の環境を満たしながら否応なく個人の視界に流れ込んでくるのであり、この社会学者の言葉を借りれば、それ等は、「私たちに強力ななにかを伝えようと待ち構えているのであり、もはやそれから逃れることはできない」⁽¹⁹⁾といった性格を持ち合わせているのである。このような現代の人工的環境のなかでキッチンを無視することは、ほとんど盲人として生きるのに等しい。

Ⅲ キャンプとサブ・カルチャ

一九六〇年代初頭からポップ・アートが登場すると、大衆文化の産物としてキッチンの問題はにわかに脚光を浴びることになった。キッチンについてのアンソロジーを編集したイタリアの美術史家ジロ・ドルフレーズによれば「これまで比較的少なかったキッチンについての論文やエッセイは、劇的な増加をみせた」⁽²⁰⁾しかも、ポップ・アートが大西洋を挟んだ二つの大都市で発生したことは偶然ではなかった。新しい芸術運動がしばしば都市を中心に起こるという事実を別としても、キッチンが人工の度合いにかかわっているとすれば、その顕著な影響はまず大都会

に集約的にあらわれるからだ。その意味でポップ・アートは、画家と自然との直接的な視覚的対応がすでに見失われた世界の産物である。都会人が自然を神格化して行く度合いは、都市の内部で自然が例外的存在になりつつあるという現実と反比例している。都市の人工的な構築物は、内部の住人にあらゆる記号化された現実を強要し、キッチュな虚構に満ちた空間を提供し続けている。それは、なによりも山並みの代わりに鉄筋コンクリートの摩天楼が、河川に代わってアスファルトの無機質な街路が、樹木の代わりに交通標識が、草花の代わりに華やかなネオン・サインやショーウィンドウだけが、その存在を主張している人工的自然の産物であり、その意味でポップ・アートは、なによりも「都市文化」が生んだ芸術なのである。

また、それが、とりわけ六〇年代初頭にかけて、ニューヨークで成功したことも偶然ではなかった。ヨーロッパの都市が人間的尺度と均衡を保ち、日本の都市では自然の素材を用いた家屋が安全弁を提供しているのに対して、マンハッタンでは極端な人工的環境が疑似的自然をかたちづけているからである。そればかりか、五〇年代から六〇年代初頭の合衆国は戦後の繁栄を謳歌し、ガルブレイスの著作名を借りれば「豊かな社会」（一九五八年刊）のなかで、マス・メディアの隆盛が大きな転換を迎える時期でもあった。印刷技術の発達で映像の複製を精密化し、カラー・グラビアやポスターに影響をあたえたばかりではない。戦前からのハリウッドのスター・システムはまだ神話として生き永らえていたが、一九五〇年代を通じて、映画が新しく登場したテレビに王座を譲る転換期でもあった。映画の色彩版に加えて、シネマスコープ（五二年）や立体映画（五三年）による対抗手段にもかかわらず、六〇年代初頭には、映画に対するテレビジョンの圧倒的優位が確立する。むろん、こうした都市の人工化とメディアの多様化による賑やかな大衆文化の隆盛を「アメリカ的産物」ときめつけることはできない。遅かれ早か

れ、それ等はどの国にも発生する現象に違いないが、その一方では、ポップ・アートと共に「科学技術の発達した先進国から、遅れて開発された社会に向かって押しつけられる視覚言語⁽²¹⁾」という意見があることも無視することはできないだろう。

通俗文化からの自己隔離を企てた従来の批評に代わって、キッチュについてのアイロニカルな肯定論は、六〇年代初頭からニューヨークで流行した「キャンプ」(Camp)という言葉によく象徴されている。芸術サークルの一部で使われていたこの言葉を世間に広めるのに貢献したスーザン・ソントグの「ヘキャンプ」についてのノート⁽²²⁾によれば、キャンプは、この時期、都市の少数グループで生まれたある種の感覚であり、審美主義的態度について名付けられた呼称でもある。また、それは都会的洗練とダイダイズムとして、芸術作品ばかりでなく、衣服や家具、装飾品への嗜好、人々の行動に見出される振舞い方の特徴までを含んでいるという意味で、どこかわが国の江戸の都市文化が生み出した美意識としての「粋」と似通ったところがある。ともあれ、ソントグによれば、「キャンプの本質は不自然なものへの愛、すなわち、人工的なものや誇張されたものへの愛である」そして、芸術もまた、一種の人工物にはかならない。したがって、「芸術について学べば学ぶほど、ひとは自然から遠ざかる」ことは自明の理なのだ。そればかりか、この人工性は、大袈裟で芝居がかった不自然な人々の身振りや態度、さらには性についても適用される。「つまり、性的魅力の最も洗練されたかたちは、本来の性に逆らうところにある。男性的な男の最も美しいところはどこか女性的であり、女性的な女の最も美しいところはどこか男性的である」こうした両性具有の美意識⁽²³⁾によるキャンプ趣味の典型として、筆者はラファエロ前派の絵画からハリウッド映画のスター達にいたる沢山の例を挙げる。つまり、芸術からキッチュに至る幅広い領域から、キャンプ的なものと、キャ

ンプ的でないものがある、ということになる。

この一文は、六〇年代初頭にニューヨークの前衛芸術サークルに漂っていた雰囲気下定式化した夥しい例による感受性のカタログであり、要約して語ることには困難がある。だが、それでも、キャンブが芸術と大衆文化を同列に置き、両者を区別しなかったことが重要であろう。そればかりか、キャンブは芸術に対してアイロニカルであり、真面目さや深刻なものに代わって道化たものや喜劇的ヴィジョンを愛好する。したがって、「人生は、深刻に語るには、あまりにも重要過ぎる」という警句がキャンブの信条となる。そして、「昔風のダンディは通俗性を嫌悪した。しかし、キャンブと呼ばれる新しいダンディは通俗性を好んで賞味する」「キャンブ——大衆文化の時代のダンディズム——は、特殊なものと大量生産されたものを区別しない。キャンブの趣味は、複製に対する嫌悪感を超越する」つづめていえば、その特徴的な態度のひとつは「知的俗物主義」とでも呼べるものである。

「キャンブの経験は、高尚な文化だけが洗練を独占しているのではないという偉大な発見にその基礎を置いている。良い趣味は単純に良い趣味であるだけではなく、実際には、悪趣味についての良い趣味もあるのだ、とキャンブは主張する。悪趣味についての良い趣味を発見することは、まったく私達を解放してくれる。高尚で深刻な愉しみだけを主張するひとは、自分自身で愉しみを減らしているのである²⁴⁾」

ソングの機知と逆説に満ちた評論は、ひとつの世代が共有したある審美的態度についての証言であるが、ここには大衆文化やキッチュに対してこれまでとは異なった姿勢が読み取れる。たとえば、それは文化がその副次的なものとして大衆文化の一部を吸収することについての可能性である。また、反対に、それはこれまで芸術について素人と考えられていた階層の多くが、文化の派生的機能を楽しむはじめたという現実にも裏返しに対応している。

つまり、キャンブの知的俗物主義は、キッチュを含めてこれまで文化の周辺にあって、文化と考えられていなかったものを文化のなかに取り込むこと、つまり、「サブ・カルチャー」という語と関連している。また、彼女は「ポップ・アートは平板で、ドライで、深刻で、真面目に過ぎ、究極的には虚無主義的である」と批判したが、実際には、最も前衛的な時期を過ぎた後のポップ・アートは、これまでの芸術が持つ重さから解放された一種の軽やかさとして一般に受け入れられて行ったのである。

IV ハイ・カルチュアからロウ・カルチュアへ

現代社会では、イメージ文化の総体を代表しているのは、美術作品ではなく、あきらかにマス・メディアである。たとえば、さまざまな位相に分裂し薄められたかたちであるとしても、この大衆社会のなかには依然として「芸術」と「通俗文化」という二つの方向への分裂は、指標として残されている。それは、例えば、ハイブrow (high-brow) とロウブrow (low-brow)、エリート・アート (elite art) とマス・アート (mass art)、あるいは、ハイ・カルチュア (high culture) とロウ・カルチュア (low culture) といったさまざまな用語によって論じられて来た。今世紀を通じて、大量生産・大量伝達を基盤とする大衆的な領域が拡大すると、伝統的な美術は「純粹美術」として、新しい領域から区別されるようになった。しかし、今日、事態は逆転している。現代の工業化社会のなかで、個人の手仕事と一品生産にもとづく美術作品は、外見から言えば、それ自身が前工業主義的段階の遺物に過ぎない。だが、それでもなお、絵画や彫刻を「ハイ・カルチュア」(上位の文化)とし、マス・メディアによる大衆文化を「ロウ・カルチュア」(低位な文化)と考える慣習が強く残されているとすれば、そこには幾つかの

理由が考えられるだろう。

おそらく、その最大の理由は、作者個人の独創性と自由度にかかわっている。大衆文化が企業やマスコミの組織によって生み出される限り、作品製作は——映画会社、テレビ局、広告代理店に見られるように——複数の集団主義的原則のなかでかたちをとる。このような制作形態では、個人の自発性や独創性が制約を受けたり、商業主義によって歪められ抑圧される事態も起こり得る。そればかりか、しばしば作者の責任を明確にすることが困難になり、作品の多くが匿名で組織と集団の論理に埋没してしまう傾向を持っている。これに対して、視覚芸術は、終始一貫して、作者の最初の手の痕跡を残し、個人の自発性にもとづいて製作される。この大衆社会のイメージ過剰のなかにおいて、画家や彫刻家が少数派としての存続に重要性を持つとすれば、なによりもこの点にかかわっている。純粹美術は、作者の手仕事による首尾一貫性という前工業的性格のために、芸術家自身の自発的な創造性とアイデンティティを確立する場を保障し続けて来たのである。

第二の理由として、大衆文化は質的にも——意識するにせよ、しないにせよ——作品の持つ微妙なニュアンスを排除してしまう。このことは、大衆文化を支えて来た機械文明が、ステロタイプなものを基盤に成長して来たという事実によって拍車を駆けられている。本来、規格化、標準化は、活字文化が登場した昔からの機械文明が持つ宿命であった。かつて、作者の手書きによる草稿は、執筆者自身の「手」の痕跡を残すことで、その独特の調子、氣質、個性をあらわしていた。しかし、大量の読者に、読みやすい文字を提供するという目的で活字が登場すると、普遍化の代償として肉筆の持つ作者の息づかいが消え、文字は中性化された非人称的なものとなった。この点で、自由に組み替えられる活字は、互換可能な機械製品とおなじ意味を持つ。このような、規格化、標準化の原理は、

今日、さまざまなタイポグラフィやひとめを惹きつける広告のレタリングや看板文字のプロトタイプとなっている。

第三に、量産されるイメージや商品が商業主義と自由競争の原理に巻き込まれている限り、当然のことながら、一般大衆への迎合が生じる。その結果、質より量への原則が優先し、作品をより通俗で安易な娯楽へと低下させる。また、市場の拡大をめざす宣伝媒体も、たえず大衆への訴求力を強めて行く方向性を持つ。街路に溢れるポスター、看板、表示、等の記号やイメージは、ことさらひとめを惹くために、色彩は派手でなければいけないものとなり、形態は単純化されたり誇大化して行く傾向を持つ。それは騒々しく劃一的で、外界の細密描写や作者の内面を表現する美術作品と繊細さと較べると、視覚文化への横暴な侵入者と映りかねない。

そればかりか、第四の理由として、ステロタイプ化の原則は、大衆文化のさまざまな水準で発生して来る。たとえば、音楽の生演奏は、レコードやCD化される際、基準となる長さに応じてアレンジされる。また、文学作品ではダイジェスト版が生まれ、演劇や映画もテレビ番組の時間帯に合わせてしばしばカットされ、縮小される。視覚的効果からいえば、活字や写真、手描きのイラストですら、刊行物のサイズと規格に合わせて、縮小されたり拡大されたりする。現実には、個人の創造物がマス・メディアのなかで変質して行くプロセスには、さまざまな段階的差異があるだろう。⁽⁵⁾しかし、強弱の差はあっても、機械文明が持つ標準化、規格化の原理のなかで作品が持つパーソナルな要素は大幅に歪められるか破壊される。たとえ大衆文化の産物が「出来る限り早く、大量に、しかも手短に」イメージを獲得しようという大衆の要求に応えるものとしても、このような機械的伝達と再生の回路を経ることで、オリジナルな作品は最初持っていた個性を薄めて行くか、非人称化される傾向を持つことになる。

さらに、第五の理由として、大衆文化が量産する夥しいイメージの消費性と即効性——すばやく消費される新聞・雑誌のグラビア、たえまなく流れるテレビの瞬間的映像——がある。これに反して、純粹美術は基本的に手仕事による一品生産であり、作者は一品（あるいは小量）だけを製作し、直接的には、画廊や画商を通じてコレクターに販売される。したがって、作品は技術的にも内容的にも個人の視座を軸とした主観的性格を帯びるし、また、油絵が外界から額縁によって隔離された平面であり、彫刻が台座に据えられた立像であることは、型式面における自己完結性を補完する。こうして、美術作品が個人の手のなかで完結し、強固な恒久性を持つ物体として移動可能なことは、近代の商品機構に適應して生き延びる必須条件となった。なぜなら、作品が交換可能な一個の「もの」として移動性を持つことは、流通・販売の経路に適合するばかりではない。空間的な移動性と時間的な恒久性を持つ美術作品は、なによりも過去の伝統と保存を基調とした教育機関、文化団体によって保護され、美術館による展示方式という社会的制度によって補強されつづけて来たのである。

最後に、もうひとつの見逃すことのできない重要な理由は、過去の伝統と社会的階層とかわっている。一般的に言えば、純粹美術のパトロンはブルジョアジーや富裕な上流階級に限定されて来たという歴史を持ち、これに反して、新聞、雑誌、レコード、映画、といった大衆文化の享受者は、幅広く社会の下層階級を巻き込んで来た。作者の手づくりによる一品制作という純粹美術の生産方式は、それ自体が貴重で高価な贅沢品を生み出す。所有形式としての絵画は貧富の差と関係し、富裕階級の応接間を飾るのにふさわしいものとして発展し、教養人の嗜好を反映してきた。しかし、機械による再生・増殖の過程を経て、大量に分配・消費される大衆文化の産物は、階級の別なく社会の底辺まで作品を提供しつづけているという意味で、社会的ヒエラルキーを無視してしまうのである。

これまでに挙げてきたような特色は、大衆文化に向けられて来た危惧と批判の幾つか——他にも考えられるだろうが——を要約している。そして、美術作品に対して欠陥であり、非難の要因であり、また、「低位の文化」の理由とされてきたこのような特徴こそ、多かれ少なかれ、ポップ・アートが作品の内側に取り込もうとして来た内容をかたちづくっている。派手で騒々しい工業主義的色彩、ステロタイプで劃一的な形態、都市空間を満たす記号や表象は、多くのポップ・アーティストにみられるばかりではない。この活動は、芸術の消費的形態（たとえば、ケージやラウシェンバーク等の空間的公演）を捲き込み、ある種の画家は作品の非個性化（ウォーホル、等）を意図していた。さらに、美術作品を大衆的なものとして社会的ヒエラルキーから解放しようとする欲望は、公共的芸術（オルデンバークの街頭でのミニUMENT、ウェッセルマンの壁画的絵画、等）への関心を増大させたのである。そして、総じて外観からいえば、この芸術活動の持つ最大の特徴は、現代人の生活を満たしている「大衆文化の図像やキッチュな量産品」そのものを美術作品に採用したことに求められるだろう。

ポップ・アートをめぐる論議は、それが過去のものとなった今日まで続いているが、なかには、アドルノからボードリヤールにいたるアメリカのポップ文化を潜在的に嫌悪するいわばクラシック・アヴァンギャルドといった人々がいる。たとえば、フランスの社会学者ボードリヤールの意見^⑧にみられるように、その批判の多くが、ポップ・アートが大衆社会と同化しており、現状の楽天的な肯定性を謳歌している、という点に集中しているようだ。しかし、これまで述べて来たような大衆文化と美術に関する論議を、そのまま作品に短絡することはできないことはいうまでもない。社会学者によるポップ・プロセスの分析には、当然のことながら限界がある。こうした問いに答える前に、まず、それが大衆文化の一部ではなく、美術作品として制作され、その主題が未知の領域への拡大とか

かわっている、という点を再確認しておくことにしたい。

もっとも、過去の歴史のなかで、美術の主題が「通俗」と考えられた例がない訳でもなかった。そればかりか近代芸術の歴史のなかで、画家たちはしばしば「下位の文化」を採用することで叛逆の拠点として来た。たとえば所有型式としての油絵を分析した論文のなかで、英国の美術評論家ジョン・バージャーは、かつて油絵の最高のジャンルは歴史や神話を題材としたものであり、「風俗画、つまり下層階級の生活を描いた絵は神話を題材にした絵とは正反対のものとして考えられた。それは高貴であるかわりに通俗的である」と述べている。また、あきらかにこの本を意識して書かれた文章のなかで、ジョン・A・ウォーカーは、一九世紀に純粹美術家が通俗文化を使った二つの例として、当時の大衆雑誌のイラストや木版画からの影響を取り入れ、その風俗画のなかに下層階級を描いた画家としてクールベとゴッホを挙げている。この世紀、さまざまな知識人がフランスの民衆を研究し賞賛したし、彼等はこのんで民俗的で大衆的な版画などを収集する風潮が生まれたが、この二人の画家の場合も例外ではなかった。たとえば、クールベが「石割り人夫」（一八四九年）や「出会い」（一八五四年）のような作品でサロンに集まる上流階級に意識的にショックをあたえようと意図したとき、下層階級の価値観、農村の持つ価値観を表現するために、画家として取り得た立場は矛盾に満ちた両義的なものだった、とかれはいう。

「芸術家として、彼（クールベ）は、フランス社会の大きな二つの階級の間に置かれていると、みずからをとらえていた。それゆえ、彼の仕事は、二重の側面をもっていた。すなわち、特権階級に対する非特権階級を表現すること、そして、絵画芸術をより広範な大衆に受け入れやすいものにするのであった」⁽²⁸⁾

つまり、クールベもゴッホも、本来、上流階級が享受する媒体に下層階級の風俗を描くことで、分裂した二つの

階級の間にも身を置くという矛盾した立場にあった。結果としていえば、かれ等は、「絵画の内側で」その主題を上位の文化から下位の文化へと移行させること、つまり、「絵画のなかに通俗文化」を組み込むことに解決策を見出したのだった。これとおなじ現象は、都市の生活でも発生する。今世紀の初頭、ニューヨークで大都会の下街を描いた一群の画家達の出現することで、アメリカ絵画の主題は田園生活から都市へと大きく変貌を遂げた。都市の貧困を描こうとするこのような活動は二十世紀アメリカ美術の出発点となったことで知られているが、ロバート・ヘンライを指導者とする画家達がアッシュ・キャン・スクール（屑入れ派）の蔑称で呼ばれたのは、従来の絵画の規範からみると、猥雑な都市の下層階級を描くという主題そのものが卑俗とされたからである。しかし、この運動に参加した画家達にとって、旧大陸ヨーロッパから輸入された美の規範から脱して自国の身近な日常的世界を描くことは、ひとつの差し迫った倫理的・道徳的要求だったのである。

むろん、こうした過去の例とポップ・アートを生み出した文化的風土は、あきらかに異なっている。それでも、この水増しされた大衆社会の内側にも、純粹美術と大衆文化という指標の分裂は残されている。ここで明白な相違のひとつは、それが社会主義的な階級の分裂ではなく文化的位相の分裂であり、とりたてて政治的な思想を持たない点だろう。またもうひとつの相違は、現代社会では純粹美術に対して大衆文化が支配的であり、その産物が私達の生活を取り囲んでいるという現実である。しかも、芸術を「高位の文化」とし、大衆文化を「低位の文化」とみなす慣習が根強く伝統として残されているとすれば、今日、美術家の立場は新しいかたちで二つの文化のはざまに置かれているといつてよい。なぜなら、ここで大衆文化と呼んでいる低次の文化形態は人々の生活を規定しているばかりでなく、現実にも機能している文化的風土の分裂として美術家自身の生活をも規定しているからである。英国

のポップ・アーティスト、R. ハミルトンは、デザイン会社に勤務するかたわら絵を描くという生活に疑問を抱いていた。米国では、画家に転身する以前のウォーホルはイラストレーターとして広告業界に身を置いていたし、ウエッセルマンは画家を志しつつ看板描きの仕事に従事していた。ここでも、画家の仕事は否応なく文化の二重の局面を強いられている。しかも、芸術と大衆文化あるいはハイ・カルチュアとロウ・カルチュアという文化的風土の分裂と断層が現実存在し続ける限り、芸術は「低位の文化」を認める方角への力学が作用せずにはいない。また、そこに、亀裂とギャップが横たわっている限り、地崩れにも似た叛乱の契機も消えることはない。事実、ポップ・アートをめぐって惹き起こされた文化の地殻変動は、なによりも現代人に身近であり、しかも無視されて来た文化を、芸術の範疇に取り込もうとする一連の叛乱だったといつてよい。もし芸術が「時代を映す鏡」だといふ古い古された常套句がいまなお真実であり、また、それがひとつの時代環境のなかで紡ぎ出される感受性の織物だとすれば、芸術と大衆文化という分裂した二つの文化の位相を統合することは、確かに美術家に残された課題といわなければならない。

V 大衆文化の図像

これまで述べてきたような文化的・社会的背景を考慮に入れながら、「ポップ・アートとはなにか」を改めて考え直してみよう。この問いにする答えは、しばしば「美術作品の主題や構成要素として大衆文化の図像、あるいは通俗物を採用した前衛芸術運動」と定義されて来た。多くの辞書はこうした解説を採用しているし、たとえば手近にある英国版の「視覚芸術事典」もその冒頭で、ポップ・アートは「一九五〇年代後半に合衆国と英国の双方で、

それぞれ独立したかたちで発生したある種の芸術を指す総称であり、現代生活の身近な物体、浴槽、ハンバーガー、粉石鹼の箱、あるいは、広告、漫画、テレビ、娯楽映画、等のマス・コミの図像をその源泉としている。「(中略)―それは、再生される主題として、また、ときには芸術の追求の形態として、コマージュ・アートや“キッチュ”(通俗物)を採用することで一般にスキャンダルを巻き起こした」と記述している。あるいは、フィドン版「二〇世紀美術事典」は、「一九五〇年代半になって初めて登場したこの様式は、マス・メディア、消費社会、街路の光景、工業製品、若者文化や映画スターのイメージ、等にその起源を持っている。ポップ・アーティストのあるグループは、これ等の素材を主題そのものとし使用する。また、他のグループは単に作品の構成的要素として、第3のグループは主題と形式の両面からこれ等の素材を使用している」と書き始めている。これ等の定義は、むしろ誤ってはいないし、ポップ・アートの最も特徴的な側面を描き出しているとしても、若干の補足的な説明を必要とするだろう。大衆文化の図像を美術作品に採用したのは、かならずしもこの芸術活動が最初でなかった。実際には、これまでも多様な複製品と共に、大量伝達されるイメージは絵画に描かれ、大量生産される商品は芸術のカテゴリとして採用されて来たのである。

絵画のなかに複製のイメージを描出した例は、ほとんどモダニズムの源流まで遡ることができる。たとえば、その古典的な好例のひとつはエドワール・マネによる「エミール・ゾラの肖像」(一八六八)である。このよく知られた作品は、マネ自身のアトリエで描かれた。ここでは、主題となる黒い服を着たゾラの肖像が、控え目に画面の左端に寄せて描かれ、三枚の絵が張付けられたアトリエの壁と書物で埋め尽くされた机だけが正面に見据えられている。正面の壁にピンで止められた絵は、歌麿の浮世絵木版画、ゴヤの銅版、そしてモネの自作「オリンピア」の

写真による複製である。これ等の三種類の複製に加えて、机の右端に置かれた書物の一冊には、表紙に大きく「ANET」の活字がタイポグラフィーで読める。作者のマネ自身は、あきらかにみずからの関心の所在を示すためにこれ等の複製や書物を選び出したのであり、また、今日の観客にとっては、一九世紀も後半に入った当時、すでに画家自身の秘儀がかたちをとるアトリエという小宇宙のなかにも、映像をはじめとする複製品が忍び寄りはじめたことを知ることができるのである。しかし、ポップ・アートは、この絵にみられるようなりアリズムではない。たとえマネや印象派の時代と較べて、現代人を取り囲む生活環境が複製や量産品に取巻かれているとしても、それは外界を描写した写真ではない。この事実は改めて強調しておく必要があるかもしれない。ポップ・アートは、今世紀初頭にはじまる抽象絵画と大戦間ダダ・シュルレアリスムの運動の双方にその源流を負っているからである。

絵画に複製のイメージを採用する最初の転換は、美術が抽象化への道程を辿りはじめた二〇世紀初頭に、ピカソとブラックによって開始された。この二人の画家による共同作業は、一九〇七年から一四年の間に異常な速度でキュビズムを発展させたが、一九一〇年頃までに絵画は分析的キュビズムと呼ばれる段階に到達し、多視点の導入によって対象の隠された面を同時描写することで水晶体か切り細工の集積を思わせる作風を展開する。やがて一九一一年には、ブラックが、オール・オーバーな平面性を獲得した抽象構成に、文字、言葉、数字を描き、やがてピカソがそれに倣った。翌年の五月、ピカソは「藤椅子のある静物」(一九一二)の抽象的な構成に、藤椅子を表すために模様をプリントした印刷物を画面に張り付け、「JOURNAL」(新聞)の語の一部である「JOU」のタイポグラフィーを描き込んでいる。今世紀最初に、ピカソが描いた活字がマス・メディアをあらわす言語だったことはやはり象徴的だろう。同じ年の冬には、ピカソは「ギター、またはツイーターを持つ女」(一九一二)を描いて新し

い恋人エヴァに捧げるが、この絵に描かれた人体は僅かな記号の手掛かりを除けば殆ど識別不能なまでに抽象化され、平面的な画面の下方に活字体で「MA JOLIE」の文字が記されている。「マ・ジョリ」という言葉は恋唄の一節⁽²³⁾であり、当時の流行歌からの引用であった。これらの作品は立体派の新しい段階、いわゆる総合的キュビズムの発端となったことで知られているが、こうして一九一二年以降、平面化されたカンバスの表面にプリント模様や活字が描かれ、本物の新聞紙の切れ端、油布、木片までが張り付けられるようになる。これらの記号や紙片は、平面的であり、と同時に具体的なものである。言い換えれば、ピカソとブラックは、過去の写実的伝統にまったく依存しない手段によって、また、画面に奥行きのあるイリュージョンを拒絶する方法によって、現実を回復する新しい手法を生み出したといつてよい。こうして、絵画に描かれるタイポグラフィやプリントされた布地は、マスコミや量産される図像の源泉となったばかりではない。他方では、現代美術にとって重要な意味を持つもうひとつの手法の発端を準備することになった。

というのは、「パピエ・コレ」の名称で知られているこれらの手法は、抽象絵画のなかに量産される具象的なイメージを喚起すると同時に、たとえ平面的なものであれ、画面に張り付けられる紙片、布地、木片は描かれた図像ではなく現実のなかの「もの」を使用していたからである。この地点から現実の事物そのものを作品化する手法への発展は、自然な成り行きであった。実際、一九一二年に、ピカソはボール紙や糸で構成された立体作品「ギター」を制作し、さらに一九一四年には本物の木材と家具の断片を組み合わせた「静物」を発表する。のちに一九三五年にアルフレッド・バーが「彫刻でもなければ絵画でも、建築の構造体でもない」と描写するはかなかったこれらの立体作品は、旧来の彫刻の概念を大きく変革し、素材的にも解放することで、具象彫刻から立体造形に向

かう原型となった。言い換えれば、反絵画的なバピエ・コレから反彫刻的オブジェが導き出されたのであり、この手法はマルセル・デュシャンによってさらに発展させられた。すでにデュシャンは、一九一三年にパリのアトリエで最初のレディ・メイド（既製品）のオブジェによる「自転車車輪」を制作していたが、作者自身の言葉を借りれば「単なる楽しみとしてつくられた」この作品は台所の椅子の上に自転車車輪を取り付けて手で回せるように工夫しただけの単純なものであった。（しかし、立体作品が現実の運動を伴っているという意味では、確かにキネティック・アートの最初の例でもあるだろう）こうして、マス・メディアの図像と共に、大衆社会が生み出す量産品を美術作品に使用する例はキュビズムの発展のなかで一九一〇年代の初頭にはその萌芽がみられる。しかし、後者が注目を集めるには、その後デュシャンがニューヨークに移住し、一九一九年に「泉」と題する既製品の便器を展覧会に出品しようとしてスキャンダルを起こす事件まで待たなければならない。これ等の初期のデュシャンの活動は「プロト（原）・ダダ」として知られているが、約半世紀の沈黙期間を経てあらためて再生し、戦後のポップ・アートに多大な影響をあたえることになったのである。

こうして、キュビズムの影響を受けた多くの画家のなかで、大衆文化との関連で重要なのはフェルナン・レジェであろう。レジェは早くから総合的キュビズムに参加した画家で、一九〇九年にはピカソ、ブラックについて三人目のキュビストになっていたが、その生涯を通じて社会主義的信条の持ち主であり、芸術を大衆的表現と考える観点から、その後も絵画から具象的表現を排除することはなかった。また、美術を機械時代の総合的表現とするこの画家の発想は、記号化された人体をまるで交換可能な機械部品のように構成する独自の作風を生んだばかりではない。現代の都市環境に積極的に目を向け、ポスターやショウ・ウィンドウ、活字のタイポグラフィをその平面的

な絵画に採用し、また、実験映画の制作や大衆的な壁画に取り組んだ。そのレジエが初めてアメリカに渡るのは、一九三一年、すでに五〇年代に足を踏み入れていたが、渡米後の変化について、ワナー・シュワレンバッハは次のように述べている。

「これらの晩年の具象的構成は、豊富であると同時に単純な、叙事詩的世界を展開しはじめる。――(中略)――これまでのように、事物や人物を配置するのに満足せず、それ自体を端的に語るようになる。単純な線、単純な色彩、ひとめ見ただけで識別できる動作を用い、漫画の手法を取り入れることで、この端的さを遂行しようとした」⁸¹⁾

大戦間のアメリカ、とりわけ一九二〇年代はモダニズムの隆盛期であり、ヨーロッパから輸入された抽象芸術が独自の展開を見せた。この時期、多くの芸術家がパリに滞在して活動したが、いわゆる「失われた世代」の小説家スコット・フィッツジェラルドの親友でもあった画家のジェラルド・マーフィーは、レジエの影響から総合的キュビズムの手法を取り入れ、「剃刀」(一九二二年)をはじめとする商標を描いた作品を残している。わずか十余点の作品しか残さなかったこの無名の画家は、一九六〇年代初頭に生存が確認され、あらためて注目を集めることになった。それに較べると、スチューアート・ディヴィスはよく知られた抽象画家であるが、やはりレジエ風のキュビズムを發展させ、煙草のパッケージ「ラッキー・ストライク」(一九二二年)や消毒液の商標「オドール」(一九二四年)を主題として作品化した。レジエの影響は抽象的構成に漫画風の太い輪郭線を使用したり、文字を多用したことに現れているが、ジャズ・エイジの別称のある一九二〇年代の代表的画家として、ジャズのリズム感を取り入れ、大衆音楽や都市感覚を表現しようとしたところにこの画家の本領があった。ディヴィスの「私はよく自分の絵のなかに文字を使用する。文字は都市の主題の一部であり、都会では人間の顔や樹木と同じようにリアルな

ものだからだ」という言葉は、ニューヨークの都市環境に対する関心を裏付けている。街路の交通標識や看板文字はチャールス・デミユスの絵画にも見られるし、とりわけネオン・サインを連想させる「私は黄金の数字5を見た」（一九二八年）は、その平面構成の率直さで戦後の画家に影響をあたえ、ジャスパール・ジョーンズは「数字5」（一九五五年）で、ロバート・インディアナは「ダイヤモンドの5」（一九六五年）と題する作品で、この先駆者にオマー・ジュを送っている。これらの一九二〇年代の絵画は、大衆化社会の内部における抽象絵画のアメリカ的変形とでもよぶべきもので、のちのポップ・アーティストに大きな刺激をあたえたのである。

キュビズムばかりでなく、未来派の画家達（カルロ・カラ、セヴィリーニ）もパピエ・コレの技法に倣って絵画に印刷物を使用した。大戦間に拡大したダダ・シュルレアリスムの運動はさらにこの傾向を助長する。ダダの登場によって、印刷媒体や既製品のオブジェはその破壊的ショック療法のなかに復活したし、シュルレアリストによってパピエ・コレの技法はその詩的コラージュとして新しい意味を付与された。しかし、ここで個々の作品が持つ素材をめぐって、デュシャンの名画の複製、商業広告や量産された既製品のオブジェを、ダリの使用したマネキン人形を、マン・レイのメトロノームや梱包された物体を、数え上げることによりあまり意味はない。大衆文化が生み出すイメージと量産品は、今世紀の前衛芸術運動にさまざまなかたちで用いられてきたのであり、これらのカタログはそれぞれの運動が持つ原理の文脈のなかでこそ語られるべきだろう。ここではポップ・アートの源泉と共に、次の事実だけを確認しておくことにしたい。すなわち、大衆文化の図像やキッシュな量産品を芸術に使用したのはポップ・アートが最初ではない。すくなくとも、それはこの運動にとって「新しさ」を意味しない。だとすれば、私達は前衛芸術運動としての新しさを、別な側面に求めなければならないだろう。もしポップ・アートに新しさが

あるとすれば、大衆文化を「意識した」最初の運動だったことであり、また、過去のわずかな先例と較べても、それが「集約的に」広範に若い世代の画家達によって支持され活用されたことである。こうした事実を知るために、一九五〇年代後半にはじまるポップ・アートの発端を振り返ってみなければならない。（続）

- (1) Christopher Finch "POP ART: object and image" 1968, Studio Vista, England. 拙訳「ポップ・アート」ヘルコ出版 (1976) P6.
- (2) John Russell and Suzi Gablik "POP ART redefined" Thames and Hadson, London, 1969. P9, P10.
- (3) Lawrence Alloway "AMERICAN POP ART", A Division of Macmillan publishing co. inc. New York, 1974. P9.
- (4) Clement Greenberg "Modernist Painting", 初出原稿は評論集 "The New Art" Edited by Gregory Battcock, E.D. Dutton & Co., New York, 1966. に寄稿された。同書 P100-110.
- (5) オルテガ「大衆の反逆」桑名一博訳 白水社 (1980) P53.
- (6) ベンヤミン著作集2「複製文化時代の芸術」佐々木基一訳 (1986) 晶文社 P16.
- (7) この時期、日本でも大衆文化論が盛んになったが、その結果を纏めた著作として多田道太郎「複製芸術論」(1962) 勁草社、鶴見俊輔「限界芸術論」(1967) 勁草社 等が挙げられる。
- (8) アンドレ・マルロー「空想の美術館」(初版1947-50)三部作「東西美術論」第一巻・小松清訳 新潮社(1957) ルイス・マンフォード「芸術と技術」生田勉訳 岩波書店 (1952) P128.
- (9) Herman Broch "Note on the problem of kitch" 1950, 原文はイェール大学での講演テキストを以下のアンソロジーに再収録したもの。註19に同じ。同書 P49.
- (10) この他、ドイツ語の動詞 "verkitschen" (to make cheap) から派生したという説もある。
- (11) 註9に同じ。P65.
- (12)

- (13) Clement Greenberg, "Avant garde and kitsch" in "Art and culture", Beacon Press, Boston, 1961.
邦訳 C・グリーンバーグ「前衛と通俗物」 瀬木慎一訳「芸術と文化」(1961) 所載
- (14) かつて日高六郎氏は、戦後のアメリカ文化を「アカデミズム」「アヴァンギャルド」「大衆娯楽」の三つの形態に分類した。(日高六郎「大衆社会における芸術と大衆文化」(1958)「講座現代美術3」 勁草社)
- (15) Harold Rosenberg, "Populure: a review of Kitsch" in "The Tradition of New" Thames and Hadson, London, 1962. 邦訳 H・ローゼンバーグ「大衆文化・きわもの批評」(1960) 東野芳明 中屋健一訳「新しいものの伝統」 紀伊国屋書店 所載
- 前掲書 P274.
- 註15に同じ。P65.
- (16) D・J・ブーアステイン「幻影の時代」(1962) 星野郁美 後藤和彦訳 東京創元社 P265.
- (17) D・J・ブーアステイン「過剰化社会」(1971) 星野郁美 後藤和彦訳 東京創元社 P9.
- (18) G・Dorfles "KITSCH-The World of Bad Taste" Universe Book, New York, 1968. P303.
- (19) Edward Lucie-Smith "Art Now" William Morrow and Co. Inc. New York, 1981.
- (20) 拙訳「現代の美術」 講談社 P298.
- (21) Susan Sontag "Note on camp" in "Against interpretation" Dell Publishing co. Inc., New York, 1961.
- (22) Campの語源は「同じ陣営」を意味する同性愛仲間の隠語から派生したとらわれる。
- (23) 註20に同じ。P291.
- (24)

(25)

南博氏は、個人主義的な芸術が大衆社会のなかでさまざまな変質を遂げ、やがて個人の手の及ばない「超個人的な地帯」が生まれて来るプロセスを論じている。(南博「パーソナル芸術・マス化芸術・マス芸術」(1961)講座「現代芸術」ーマスコミのなかの芸術・序説ー 勁草社)

(26)

J. ボードリヤール「消費社会の神話と構造」今村仁司、塚原史訳 紀伊国屋書店、(1979)「ポップ、消費の芸術?」の頃・参照。P161.

「ポップは記号の内在的秩序に同化しようとしている。つまり、記号の産業的大量生産、環境全体の人為的人工的性格、モノの新しい秩序の膨張し切った飽和状態、ならびにその教養化された抽象作用に同化しようとしている」といってよい」P164.

(27)(28)(29)

J. バージャー「イメージ・視覚とメディア」伊藤俊治訳 パルコ出版(1986) P128.

J. A. ウォーカー「マス・メディア時代のアート」梅田一穂訳 柘植書房(1987) P75.

「マ・ジョリ」はエヴァの愛称であり、この愛称は当時の流行歌「最後の唄」の一節から採られた。この歌のリフレイン部分は次のようなものである。「おお、マーン、私の可愛い人(MA JOLIE) 私の心は君に御挨拶」

(30)(31)(32)

William Seitz "The Art of Assemblage" The museum of modern art, New York. 1961. 45頁以下。P10.

Werner Schmalenbach "Fernand Léger" Harry N. Abrams, inc., New York, 1976. P38 - 39.

Sam Hunter "Modern American painting and sculpture" Dell Publishing Co. Inc. New York, 1959. P129.